

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



**La influencia de los productos cinematográficos de nuevo tiempo
perú en la transformación cristiana: un estudio desde la teoría
fundamentada**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación

Autor:

Vania Stephany Sarzuri Cuellar
Abril Celeste Moron Michue

Asesor:

Jose Victor Cabrera Aquino

Lima, agosto del 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo José Víctor Cabrera Aquino, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“La influencia de los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo Perú en la transformación cristiana”** de las autoras Abril Celeste Morón Michue y Vania Estephany Sarzuri Cuellar, tiene un índice de similitud de 2% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 6 días del mes de marzo del año 2026

A handwritten signature in blue ink, reading "José Cabrera", is written over a horizontal line. The signature is stylized with a large loop and a trailing flourish.

José Víctor Cabrera Aquino

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 22 día(s) del mes de agosto del año 2025 siendo las 8:15 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Mtro. Jose Calsín Molleapaza; el secretario: Lic. Nick Josías Brañez Medrano; el vocal: Lic. Julián Usca Quispe y el asesor: Mg. Jose Cabrera Aquino, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: **“Los productos cinematográficos cristianos de Nuevo Tiempo Perú y su influencia en la transformación cristiana”**, presentado por las bachilleres: **Abril Celeste Moron Michue y Vania Stephany Sarzuri Cuellar**, conducente a la obtención del título profesional de Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando a las candidatas a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por el candidato. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato-(a): **Abril Celeste Moron Michue**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADA	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

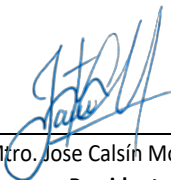
Candidato-(a): **Vania Stephany Sarzuri Cuellar**

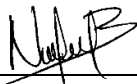
CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADA	19	A	Excelente	Excelencia

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

“SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODALIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA”


Mtro. Jose Calsín Molleapaza
Presidente


Lic. Nick Josías Brañez Medrano
Secretario


Mg. José Victor Cabrera Aquino
Asesor

Lic. Julián Usca Quispe
Vocal


Abril Celeste Moron Michue
Candidata


Vania Stephany Sarzuri Cuellar
Candidata

Índice

Resumen.....	4
Abstract	5
Introducción	6
Marco Teórico	8
Metodología	13
Resultados	16
Discusión	20
Conclusiones	24
Recomendaciones	26
Referencias bibliográficas	28

Resumen

Este estudio explora cómo los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo Perú influyen en la transformación cristiana de los espectadores dentro del contexto adventista y del entorno peruano, donde la red Nuevo Tiempo tiene presencia en más del 80% del territorio a través de radio y televisión. La investigación se desarrolló con una metodología cualitativa basada en la Teoría Fundamentada, analizando siete entrevistas semiestructuradas realizadas a miembros de iglesia y nuevos creyentes que cumplen la condición de haber consumido estos contenidos cinematográficos. Los hallazgos muestran que estas producciones favorecen la renovación devocional, la motivación al servicio, el fortalecimiento del testimonio y la construcción de comunidad. A partir de este análisis, se construyó una teoría emergente que define al cine cristiano como un agente de transformación espiritual, actuando mediante la narrativa emocional y la proyección misional. El propósito de esta teoría es ofrecer pautas para elaborar contenidos más certeros para el evangelismo, a partir de la comprensión de lo que ya está sucediendo en los espacios de fe. Se sugiere su uso intencionado en contextos eclesiales y educativos.

Palabras clave: cine cristiano, transformación, espiritual, Teoría Fundamentada, testimonio audiovisual

Summary

This study explores how the cinematographic products of Nuevo Tiempo Perú influence the Christian transformation of viewers within the Adventist context and the Peruvian environment, where the Nuevo Tiempo network has a presence in more than 80% of the territory through radio and television. The research was developed with a qualitative methodology based on Grounded Theory, analyzing seven semi-structured interviews carried out with church members and new believers who meet the condition of having consumed these cinematographic contents. The findings show that these productions favor devotional renewal, motivation for service, strengthening of testimony and community building. From this analysis, an emerging theory was built that defines Christian cinema as an agent of spiritual transformation, acting through emotional narrative and missional projection. The purpose of this theory is to offer guidelines for developing more accurate content for evangelism, based on the understanding of what is already happening in spaces of faith. Its intentional use is suggested in ecclesiastical and educational contexts.

Keywords: Christian cinema, transformation, spiritual, Grounded Theory, audiovisual testimony

1. Introducción

Los distintos avances tecnológicos han transformado la manera en que nos comunicamos y concebimos nuestras relaciones humanas. Marshall McLuhan fue uno de los primeros en anticipar los efectos sociales de estos cambios. En su libro *La aldea global* (McLuhan & Powers, 1989), advirtió —desde un análisis comunicacional y sociológico— la gran influencia de la televisión en la mente humana.

En los últimos años, el consumo de productos audiovisuales y cinematográficos se ha incrementado a tal punto que pasamos más tiempo viendo videos que leyendo o realizando otras actividades. Según el sitio cordcutting.com, especializado en el análisis de empresas digitales, “la gente pasa más tiempo viendo Netflix que saliendo con sus amigos, leyendo o haciendo ejercicio”. Además, como señala Barbero (2008), “las mayorías de América Latina no acceden a la modernidad a través del libro, sino a través de las narrativas de la industria cultural audiovisual”.

Este impacto del mercado cinematográfico en la sociedad ha motivado a diversos investigadores a explorar sus posibilidades como medio de comunicación y agente de transformación del ser humano, en sus múltiples dimensiones y concepciones.

1.1 Relevancia del estudio

Este estudio constituye un aporte original al campo de la comunicación en el Perú, al introducir la reflexión sobre cine cristiano como fenómeno cultural y mediático, un asunto poco tratado, en este campo, lo que ofrece una base para futuras líneas de estudio relacionadas con comunicación, religión y transformación social.

Además explorar la influencia en la transformación cristiana de los espectadores, permite ofrecer a las instituciones religiosas herramientas concretas para la evaluación y el diseño de producciones más efectivas, alineadas con las necesidades espirituales y culturales del público. Y comprender cómo el cine cristiano contribuye a la construcción de comunidad, identidad y valores en un país caracterizado por su diversidad cultural y su fuerte religiosidad.

De esta forma, contribuir a la búsqueda de una sociedad con buenos valores y principios, aportando herramientas que ayuden a establecer influencias positivas en el ser humano. Contribuyendo también a superar los prejuicios que han reducido al cine, a un medio meramente superficial, comercial o de entretenimiento.

1.2 Justificación

En el Perú, la religión cristiana ocupa un lugar central en la vida cultural y social. Sin embargo, la producción cinematográfica cristiana en el país ha sido escasa y poco analizada académicamente. A pesar de la presencia de medios como Nuevo Tiempo y Bethel Televisión, que han incursionado en el uso de lenguaje cinematográfico, no existen investigaciones sistemáticas que examinen su aporte al cine cristiano ni su impacto en los espectadores. Lo que permitirá, tanto el desarrollo de la comunicación religiosa, como el fortalecimiento del trabajo pastoral y evangelístico en el país.

En el ámbito académico, el cine suele estudiarse desde perspectivas artísticas, estéticas o socioculturales; sin embargo, el cine cristiano ha quedado relegado como objeto de investigación en el Perú. Este trabajo se justifica, entonces, al abrir un espacio dentro de las Ciencias de la Comunicación para explorar la relación entre medios, cultura y religión, generando un enfoque interdisciplinario poco abordado hasta la fecha.

2. Marco teórico

2.1 El cine como medio de influencia

Con el boom de la televisión, que básicamente le dio paso a una nueva era de la comunicación, el mundo cambió, fue tan repentino, que unos solo unos pocos subestimados teóricos pudieron advertir sus efectos y sintieron preocupación sobre su influencia a temprano tiempo. Marshall McLuhan fue uno de ellos, que decía que “cada medio se añade a lo que ya somos, realizando amputaciones y extensiones de nuestros sentidos...” (McLuhan, 1964 understanding media) destancando no solo la influencia de los medios, sino el cambio que estos produciríaa en dinámicas comunes. Específicamente en el campo de lo audiovisual, barbero seña que hoy “las mayorías de América Latina no acceden a la modernidad a través del libro, sino a través de las narrativas de la industria cultural audiovisual”. (Barbero 2008) y luego algunos sitios estadísticos como Cordcutting.com reafirmarían esta verdad, al decir que “la gente pasa más tiempo viendo Netflix que saliendo con sus amigos, leyendo o haciendo ejercicio” (Stepehen Lovely, 2019 en). Lo audiovisual cambió el modo en que vivimos, pensamos, aprendemos, e inclusive según lo predijo McLuhan “La televisión no solo afecta la manera en que la gente se comporta, sino que... con el tiempo, afecta también la manera en que sienten que deberían comportarse.” (Mc Luhan, 1989).

El cine crea modelos de comportomiento, por lo que diferentes disciplinas han visto la necesidad de estudiar estos cambios, inclusive la medicina y la neurociencia. Existe evidencia de efectos fisiológicos del cine en el cerebro humano. Un estudio realizado por (Hasson et al.2008), monitoreó la actividad cerebral de los participantes mediante resonancia magnética funcional mientras observaban una película en tiempo real. El estudio concluyó que “el nivel de control sobre la

actividad cerebral de los espectadores varió según el contenido de la película, la edición y el estilo de dirección”.

También se han realizado estudios alrededor del mundo, que analizan el efecto en niños y menores de edad, quienes al no tener una personalidad formada, se ven aun más afectados por este medio.

Morales (2017) *El cine como medio de comunicación social. Luces y sombras desde la perspectiva de género*. Es una investigación mixta, en la cual se estudia la influencia del cine sobre los niños y jóvenes. Se encuestó a 251 estudiantes, se entrevistaron a expertos y se estudiaron 20 películas del género romántico. De estos se concluyó que “La opinión de casi la mitad de los estudiantes encuestados es que el cine supone una evasión de la realidad «muchas veces»”.

Muñoz (2004) *La influencia de la Nueva Televisión en las Emociones y en la Educación de los Niños*. Investigación hecha en España, señala que los niños y adolescentes, son expuestos a un promedio de 25 horas semanales de televisión. Después de analizar la influencia que poseen los programas como “*Gran Hermano*” y “*Operación Triunfo*”, se concluyó que, al utilizar estímulos visuales y auditivos, los niños llegan a adoptar conductas vistas en televisión y son un tema de conversación de vital importancia social

Choquehuanca (2020) *Influencia de los programas televisivos en el comportamiento de las niñas y niños de 5to grado en la Institución Educativa Primaria N° 70035 Bellavista de la ciudad de Puno*. Esta investigación cuantitativa descriptiva explicativa, de las pocas realizadas en el Perú, tomó una muestra de 64 niños del 5to grado. Se presentó una parrilla de programación, donde el 25.8% de los niños presentó una variación de comportamiento debido al consumo de los programas televisivos de entretenimiento “estos inciden en el comportamiento

agresivo de los niños, puesto que expresan sus necesidades, pensamientos y sentimientos humillando o sometiendo a los demás ignorando los derechos de estos, estos niños se caracterizan por ser: dominantes, impulsivos, mezquinos y desconsiderados.”

Todos estos estudios previos, nos permiten afirmar que el cine influye en el pensamiento, las emociones e inclusive en la conducta y los comportamientos humanos.

2.1 El campo cine religioso y cristiano

Vadico (2009) define el campo de la película religiosa como “el conjunto de productos mediáticos de asunto religioso producido a lo largo de las décadas y que aún se produce” (p. 12). Este conjunto, según el autor, no se reduce a un solo género, sino que abarca varios.

Autores como Babington y Evans (1993), en *Biblical Epics: Sacred Narrative in the Hollywood Cinema*, son considerados pioneros en el análisis sociológico de estas películas, estudiando cómo afectan la visión de la sexualidad, lo sagrado y la representación de Jesús en la sociedad. Wright (2007), en *Film and Religion: An Introduction*, replantea estas categorías y argumenta que “la religión ha colonizado el medio del cine y no ha sido desplazada por él” (p. 33). Do Nascimento Cunha (2009), en *A Explosão Gospel*, refuerza esta perspectiva al analizar cómo la religión ha utilizado los medios para expandir su mensaje, discusión posteriormente actualizada por Sá Martino (2016).

De acuerdo con Wright (2007), el análisis de las películas religiosas debe considerar la pluralidad religiosa y los aspectos estéticos, además de las narrativas. Su estudio sobre *La Pasión de Cristo* (Gibson, 2004) muestra cómo estas producciones funcionan también como marcadores de identidad social.

Vadico (2009) por su parte, concluye que no existe un género religioso estándar, sino que se trata de un “tipo de producción” definido por su intención explícita de tratar un tema religioso, generalmente ligado a la moral y lo sagrado.

Así propone una lista de características que ayuden a identificar al producto cinematográfico como de “asunto religioso”. Mediante 3 perspectivas:

1. Centradas en el espectador:

- Deben tener un tema religioso, reconocido socialmente.
- Garantizan un estándar moral, reforzado por reseñas o foros.
- Generan posiciones de militancia, provocando acuerdo o desacuerdo.

2. Centradas en los realizadores:

- Buscan despertar emociones ligadas a lo religioso (esperanza, amor, fe).
- Incorporan consultoría de especialistas religiosos.
- Se producen con la intención de transmitir algo sagrado.

3. Centradas en la película y su contenido:

- El producto se construye a partir de presupuestos teológicos.
- Tiene un carácter diferenciado por su contenido moral.

Concluimos entonces en que la diferencia esencial entre películas religiosas y aquellas que solo incluyen referencias religiosas está en la intención: “toda película con la intención de ser un producto religioso será considerado un producto cinematográfico religioso” (Vadico, 2009, p. 74).

En base a estas teorías, los productos cinematográficos de nuevo tiempo hacen parte de las categorías “película o producto cinematografico religioso” o más específicamente “cristiano”.

2.2 La transformación cristiana como categoría comunicacional

La noción de transformación cristiana puede entenderse, desde una perspectiva comunicacional, como un proceso de cambio en la cosmovisión y en la práctica cotidiana de las personas, originado por experiencias vinculadas a la fe y mediado por diversos recursos simbólicos y narrativos. No se trata aquí de presentar un dogma o una definición doctrinal, sino de observar cómo este concepto funciona como una categoría narrativa y comunicacional que permite interpretar los relatos de quienes experimentan tal transformación.

En este sentido, la transformación cristiana se concibe como una categoría observable: se manifiesta en testimonios, en la forma en que los participantes relatan su experiencia, y en los cambios de comportamiento que se atribuyen al encuentro con un mensaje mediado por el lenguaje audiovisual.

Krusen (1989) plantea que el cine cristiano tiene el potencial de generar experiencias memorables capaces de impulsar decisiones de fe. En otras palabras, el medio cinematográfico no solo transmite información, sino que activa procesos internos que derivan en nuevas orientaciones de vida. Esto dialoga con la propuesta de Venden (2009), quien entiende la transformación cristiana como un “proceso continuo” en el que la experiencia no se agota en un solo momento, sino que se renueva permanentemente a través de nuevas interacciones con el mensaje.

Desde la perspectiva comunicacional, esta definición se acerca a la idea de cambio sostenido que los estudios de medios y comunicación reconocen cuando analizan la influencia mediática en las audiencias. Así como una campaña mediática puede modificar hábitos de consumo o percepciones sociales, los productos cinematográficos cristianos pueden facilitar procesos de cambio prolongados en la forma de ver el mundo y de narrar la propia vida.

3. Metodología

La Teoría Fundamentada (Grounded Theory) constituye la base metodológica de este estudio, ya que permite explorar fenómenos sociales complejos desde la experiencia directa de los participantes. Esta metodología fue desarrollada por Barney Glaser y Anselm Strauss (1967) con el propósito de generar teorías a partir de los datos obtenidos en el trabajo de campo, en lugar de partir de hipótesis preconcebidas. Los autores la definen como “el descubrimiento sistemático de teoría a partir de los datos obtenidos por métodos sociales de investigación” (Glaser & Strauss, 1967, p. 2).

En este enfoque, el análisis de los datos se realiza de manera inductiva y constante, permitiendo que las categorías teóricas emerjan del material empírico. Strauss y Corbin (2002) explican que la Teoría Fundamentada es una metodología que “permite construir teoría a partir de datos sistemáticamente recogidos y analizados durante el proceso de investigación” (p. 13). De este modo, el proceso investigativo se convierte en un ciclo continuo de comparación, codificación y categorización, que posibilita una comprensión más amplia y profunda de los fenómenos analizados. Charmaz (2006) resalta que la Teoría Fundamentada también reconoce que el investigador influye en la construcción del conocimiento, ya que participa activamente en la interpretación de los datos. Esto resulta especialmente relevante en estudios que buscan comprender experiencias personales y significados profundos, como los procesos de transformación espiritual o emocional.

El enfoque de la Teoría Fundamentada se considera particularmente adecuado para investigaciones que indagan en fenómenos poco explorados, pues permite desarrollar conceptos y relaciones teóricas a partir de los relatos y vivencias de los participantes. En el presente estudio, su aplicación ha sido clave para identificar y

comprender los procesos emocionales, espirituales y testimoniales que emergen en los espectadores de los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo Perú.

Dado que el análisis de conceptos abstractos, emociones y pensamientos es complejo y subjetivo, el enfoque cualitativo de la Teoría Fundamentada resulta idóneo para este trabajo. A través del análisis de siete entrevistas semiestructuradas a personas de diferentes edades, géneros y niveles de involucramiento religioso — todas ellas pertenecientes o relacionadas a una misma denominación y que han sido espectadoras de al menos una producción cinematográfica cristiana producida por su iglesia—, se busca construir una teoría emergente. Esta teoría permitirá identificar puntos en común entre las distintas experiencias, con el fin de diseñar mensajes más eficientes desde la comunicación, que generen impactos positivos en la vida espiritual y social del espectador.

Metodología

3.1 Diseño metodológico

Se empleó un diseño cualitativo exploratorio basado en la Teoría Fundamentada, según los lineamientos de Strauss y Corbin (1998).

3.2 Participantes

Se entrevistó a siete personas, con edades entre 21 y 50 años, todos miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Los criterios de inclusión se centraron en: Tener experiencia comprobable con los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo. Mostrar disposición para reflexionar sobre su vida espiritual y cambios personales, en diferentes grupos etarios y buenos años de experiencia religiosa.

3.3 Técnica de recolección

Para la guía de entrevista semiestructurada se utilizó el modelo de Lavidge y Steiner (1961) quienes plantearon inicialmente que la publicidad afecta a tres dimensiones o categorías humanas que son: cognitiva, afectiva y conativa. Diseño que se utilizaría para varios estudios exploratorios de este tipo en el área de psicología de la comunicación y análisis publicitario. Esta fue apenas una guía de objetivos, pues finalmente la entrevista buscaba respuestas abiertas.

Estas respuestas, evidenciaron que los participantes fueron libres de exponer sus experiencias, emociones, reflexiones y acciones en torno al consumo de cortometrajes cristianos, realizadas de manera presencial y virtual.

3.4 Análisis de datos

Se aplicó codificación abierta (identificación de conceptos clave), codificación axial (agrupación en categorías y subcategorías) y codificación selectiva (formulación del fenómeno central). El análisis se apoyó en el software ATLAS.ti, y el uso de promost de la IA GPT, lo que permitió organizar familias de códigos y generar memos teóricos.

3.5 Instrumento de análisis

El procesamiento de los datos se realizó con el software de análisis cualitativo ATLAS.ti, el cual permitió: Importar y codificar las transcripciones de las entrevistas. Organizar los códigos en familias y establecer relaciones entre ellos. Generar redes semánticas y diagramas conceptuales. Documentar memos teóricos para el desarrollo interpretativo.

La sistematización fue clave para mantener la trazabilidad del análisis inductivo, garantizando rigor y profundidad en la construcción teórica.

3.6 Criterio de calidad y validez cualitativa

Para asegurar la credibilidad y confiabilidad del análisis se aplicaron los siguientes criterios: Triangulación teórica con los marcos de comunicación espiritual y narrativas audiovisuales. Validación de categorías mediante contraste con la literatura y revisión por parte de un par investigador. Saturación teórica alcanzada cuando nuevas entrevistas no aportaron códigos significativamente distintos.

3.7 Ética de la investigación

Los participantes firmaron un consentimiento informado y se les garantizó el anonimato y confidencialidad de sus respuestas. Se respetó en todo momento la libertad de participación y el uso exclusivamente académico de la información recolectada.

4. Resultados

4.1 Codificación Abierta: Identificación de unidades de sentido

La codificación abierta constituyó el punto de partida del análisis. En esta fase se realizó una lectura minuciosa línea por línea de las transcripciones de entrevistas, buscando identificar las expresiones significativas que representaran pensamientos, sentimientos, decisiones o reflexiones importantes de los participantes. Cada fragmento relevante fue fragmentado y etiquetado con un código inicial que describía de forma concreta el contenido expresado.

Este proceso generó más de 40 códigos iniciales, que posteriormente fueron agrupados en categorías provisionales. Algunos de estos códigos fueron:

“Conmoción por testimonios reales”

“Nueva disposición para servir”

“Inspiración devocional al ver los cortos”

“Cambio de percepción sobre medios cristianos”

“Compartir el contenido como herramienta misionera”

Durante esta fase, se elaboraron memos analíticos iniciales que acompañaban a cada código para registrar ideas interpretativas, hipótesis emergentes y relaciones potenciales entre conceptos.

4.2 Codificación Axial: Articulación de relaciones entre categorías

Una vez organizados los códigos, se procedió a la codificación axial, cuyo propósito fue reconstruir las conexiones entre los códigos abiertos agrupándolos en categorías centrales y subcategorías temáticas. Este proceso se basó en el modelo paradigmático de Strauss y Corbin, que considera elementos como: condiciones causales, contexto, estrategias de acción/interacción y consecuencias.

A partir de este análisis emergieron tres familias principales de códigos o categorías eje:

Transformación espiritual

Subcategorías: fortalecimiento de la relación con Dios, motivación para el cambio personal, reflexión sobre el propósito cristiano, revalorización de los medios cristianos.

Impacto psicoemocional

Subcategorías: Percepciones, impacto emocional (conmover), identificación personal, Inspiración y propósito, cambio de actitudes.

Proyección externa (testimonio)

Subcategorías: evangelización, sentido de comunidad, compartir con otros, sensibilidad social, apreciación técnica.

4.3 Codificación Selectiva: Construcción del fenómeno central

La codificación selectiva consistió en identificar el fenómeno central que articula todas las categorías principales en una narrativa coherente y significativa. A partir del análisis inductivo, se reconoció que el fenómeno común a todas las experiencias relatadas es:

La función transformadora integral de los productos cinematográficos cristianos de NT en la vida del espectador del abarcando su crecimiento espiritual, su mundo psicoemocional y su testimonio hacia los demás.

Este núcleo temático, en última instancia, integra las dimensiones del ser humano. Espiritual, psicoemocional y social, revelando cómo el contenido audiovisual de Nuevo Tiempo Perú no solo informa o entretiene, sino que activa procesos profundos de introspección, compromiso y acción.

4.3.1 Descripción general de la teoría emergente

La teoría que emerge de este estudio sostiene que los productos cinematográficos cristianos de NT Perú actúan como agentes transformadores del creyente, en los procesos psicoemocionales, su espiritualidad y la expresión pública del testimonio de fe. Estas producciones, que combinan narrativa audiovisual con contenido espiritual, generan un proceso interactivo de reconexión personal con Dios, acompañado de un impulso hacia el compromiso activo en la misión cristiana, tanto dentro como fuera de la iglesia.

La teoría sugiere que este impacto no es homogéneo ni superficial, sino que se estructura en torno a tres ejes transformadores:

Renovación de la espiritualidad personal: Los cortometrajes movilizan al espectador a una revisión profunda de su relación con Dios. A través de las historias de conversión, redención o superación que se presentan, se activa un proceso de

reflexión interna que conduce a: El fortalecimiento de hábitos devocionales (oración, lectura bíblica, consumo de contenidos cristianos). La toma de conciencia sobre el propósito espiritual individual. La motivación para un cambio real en actitudes, decisiones y estilo de vida. Este cambio responde a una espiritualidad narrativa, donde la experiencia del otro (representada en los cortos) se convierte en una metáfora vivencial del espectador, generando identificación, introspección y deseo de transformación

Experiencia emocional como mediadora del impacto: La dimensión emocional se configura como el canal clave a través del cual se transmite el mensaje espiritual. Las emociones como el llanto, la nostalgia, la esperanza y el asombro no solo acompañan la experiencia estética, sino que la vuelven significativa y movilizadora. Estas emociones permiten que el contenido no se perciba como un discurso didáctico, sino como una vivencia íntima que resuena con la historia de vida del receptor, aumentando su receptividad, apertura espiritual y conexión con el mensaje cristocéntrico.

Proyección hacia el exterior: Testimonio y misión comunitaria: Una de las consecuencias más visibles de este proceso es la activación del testimonio cristiano. Al sentirse tocados por el contenido, los entrevistados expresan el deseo de compartirlo con otros: familiares, colegas, hermanos de iglesia o incluso personas alejadas de la fe.

La teoría identifica esta acción como una forma contemporánea de evangelización digital, donde el cine cristiano se convierte en una herramienta práctica, accesible y culturalmente efectiva para cumplir con el mandato misionero. Así, la transformación interior se proyecta hacia una transformación relacional y comunitaria.

Tabla 1

Dimensión	Descripción
Fenómeno central	El cine cristiano como agente de transformación espiritual, psicoemocional, y de la expresión pública de su testimonio de fe.
Condiciones causales	Consumo de contenidos audiovisuales producidos por Nuevo Tiempo Perú.
Contexto	Jóvenes y adultos adventistas inmersos en prácticas devocionales y comunidades de fe
Estrategias de acción	Reflexión personal, cambio de hábitos, decisión de compartir los contenidos con otros
Consecuencias	Reavivamiento espiritual, mayor compromiso eclesial, práctica del testimonio digital y presencial.
Forma de interacción	Narrativa emocional y testimonio audiovisual como catalizadores del proceso de cambio.

Caracterización de la teoría emergente

5. Discusión

El análisis cualitativo de la influencia de los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo Perú revela puntos de encuentro y divergencia con investigaciones previas. El estudio destaca el papel del cine como vehículo para la reflexión y transformación espiritual, lo cual se alinea con Narváez Torregrosa (2008), quien explora cómo el cine ha abordado temas morales y religiosos para fomentar la reflexión en el espectador. Ambos enfoques reconocen el potencial del cine para trascender el entretenimiento e inducir a la introspección, ya sea en un contexto religioso específico (Nuevo Tiempo Perú) o en el ámbito más amplio del "hecho religioso".

Además, la investigación sobre Nuevo Tiempo Perú enfatiza el profundo impacto emocional de los cortometrajes y su capacidad para facilitar la

transformación espiritual. Esto se conecta con el estudio de Marroquín Abril y Pérez Rivera (2022), que examina la influencia de las emociones en la experiencia cinematográfica, especialmente durante la pandemia. Ambos trabajos coinciden en que las emociones son fundamentales en la recepción del cine y pueden catalizar el cambio personal y la reflexión.

En cuanto al cine religioso como industria, Algranti (2019) analiza la producción de entretenimiento religioso en Argentina, centrándose en proyectos católicos y evangélicos. Si bien el estudio de Nuevo Tiempo Perú se centra en la influencia en la transformación cristiana, ambos reconocen que el cine religioso opera dentro de una lógica de producción y consumo, buscando conectar con audiencias específicas y transmitir mensajes particulares.

Finalmente, la tesis doctoral de María Marcos (2023) explora el uso del audiovisual como herramienta de mediación y transformación social en un contexto educativo. Aunque el enfoque difiere (educativo vs. religioso), ambos estudios coinciden en el potencial del audiovisual para facilitar procesos de cambio, ya sea en la comprensión de conceptos o en la transformación de creencias y valores. La tesis doctoral también destaca la importancia de la participación y colaboración en la creación audiovisual, lo que puede tener paralelos en cómo los productos de Nuevo Tiempo Perú fomentan la comunidad y la conexión entre los espectadores.

En síntesis, los documentos comparten un interés común en la capacidad del audiovisual para influir en las personas en términos de reflexión religiosa, impacto emocional y transformación social. Sin embargo, varían en sus enfoques, contextos y metodologías.

5.1 Aportes teóricos, metodológicos y prácticos

En la primera categoría emergente, el espectador menciona ser impresionado por la similitud de sus pensamientos, experiencias, o situaciones con la del personaje principal, es decir, se siente identificado con el drama. La introspección comienza su curso a partir de ese punto. Por lo que la clave metodológica para la elaboración de una película transformadora depende de su contenido narrativo, donde la elección de la historia y como contarla en cuanto a la elaboración del guión, es fundamental.

Ademas, en vista de que todos los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo Perú están en su gran mayoría basados en historias reales, detalle mencionado por algunos de los entrevistados como un factor importante, pues el nivel de credibilidad de la historia es mayor. podemos identificar ese como otro factor de influencia. Este factor, esta relacionado además a la antigua discusión teórica del cine que lo concibe como una interpretación de la realidad o imitación de la misma, pero que al final de cuentas no es realidad como tal. En ese sentido una película basada en hechos reales a diferencia de películas de ciencia ficción o fantasía, parece ser más efectiva en la transformación cristiana.

Esta idea resulta bastante familiar a la vida práctica del consumidor cristiano, pues en repetidas ocasiones los entrevistados identifican a los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo Perú como “testimonios”. Lo que puede llevarnos a una exploración interdisciplinaria. La teoría narrativa (como base de los guiones de cine) que ha probado ser altamente efectiva en mover las emociones, generar introspección y transformación, lo que ha abierto nuevas puertas al cine como un generador de ideologías y fuertes corrientes de pensamiento, sacándolo de su inicial connotación de mero entretenimiento, presenta grandes similitudes, con lo que por años el cristianismo ha llamado evangelismo.

En esencia el evangelismo es la transmisión de una historia, la de Jesucristo. Ya sea a través de su relación con algún personaje bíblico o algún hombre contemporáneo que lo haya conocido y comparta su experiencia a través de una narrativa. Y es el impacto que estas narrativas producen las que han llevado a miles de personas a cambiar sus prácticas de vida cuando se convierten en cristianos.

En este sentido desde el punto de vista religioso e incluso teológico puede considerarse que el cine cristiano, y de manera especial, los productos cinematográficos de nuevo tiempo Perú son altamente evangelísticos, no solo por su mensaje, si no desde su forma, pues la única variación con la forma de la “testificación” convencional, es el uso del lenguaje cinematográfico. Es decir, la teoría narrativa y la teoría del evangelismo, son muy similares.

Finalmente si tomamos en cuenta esta palabra “testimonio” nos relacionamos inmediatamente con la tercera categoría de proyección exterior. Pues los entrevistados aseguraron que luego de consumir el producto cinematográfico, también lo comparten, como si fuera una consecuencia natural.

Al espectador crear un vínculo con el producto cinematográfico, elabora una narrativa personal con él, pues no solo se trata de las experiencias del protagonista o los personajes de la historia, sino como el espectador percibió a cada personaje, con cuales se identificó y cuales le generaron sentimientos de rechazo. Esta conexión lo impulsa a compartir su propia narrativa, para que otros puedan tener una experiencia similar o contrastada a la suya, pero que finalmente también puedan generar el cambio que el consumidor ha experimentado.

Esta tercera categoría podría abrirnos diálogo a la posibilidad inclusive de explorar la elaboración de cine, y la producción como un proceso evangelístico. Es decir que el cristiano interesado explore la idea de hacer cine para testificar, que en

vez de solo hablar, se abra las posibilidades a nuevas formas de vivir sus prácticas religiosas.

6. Conclusiones

Los productos cinematográficos de Nuevo Tiempo Perú actúan como medios importantes de transformación espiritual. Su influencia no solo radica en el contenido cristiano que presentan, sino también en su capacidad para generar procesos personales como la identificación con las historias, la reflexión interior y el fortalecimiento del vínculo con Dios. Los participantes señalaron que estos cortometrajes los inspiran a orar, pensar en su vida espiritual y mantener una devoción diaria más activa.

El impacto emocional es clave en esta influencia. Sentimientos como el llanto, la alegría, la nostalgia o el asombro no solo reflejan una reacción ante la estética del contenido, sino que permiten una conexión más profunda con el mensaje espiritual. Esta conexión hace que el mensaje cristiano se perciba como cercano, real y aplicable a la vida cotidiana.

Además, los contenidos motivan a tomar decisiones concretas relacionadas con el crecimiento personal y el compromiso con la iglesia. Algunos participantes comentaron que, tras ver los cortometrajes, aceptaron nuevos roles en sus comunidades de fe, como liderar, enseñar o integrarse en actividades misioneras, impulsados por lo que vieron.

Otra consecuencia relevante del impacto espiritual de estos materiales es su uso como herramienta de testimonio. Los participantes mencionaron que suelen compartir los videos con otras personas, lo que potencia su valor como medio moderno para evangelizar. Este comportamiento se alinea con un nuevo modelo de

misión digital, en el que el cine cristiano se convierte en un recurso efectivo para comunicar el evangelio.

Los entrevistados también han empezado a valorar más el contenido cristiano digital, al notar mejoras en la calidad técnica, narrativa y espiritual de las producciones de Nuevo Tiempo Perú. Esta percepción positiva aumenta su confianza en los medios audiovisuales adventistas como herramientas válidas para la evangelización actual.

A partir de estos hallazgos, se construyó una teoría emergente que plantea que el cine cristiano producido por Nuevo Tiempo Perú —cuando está centrado en el testimonio, bien elaborado y con una intención espiritual clara— puede promover una transformación integral, al conectar emociones, fe y testimonio. Esta teoría se resume como: “*Transformación espiritual mediada por narrativas audiovisuales cristianas*”, y refleja el valor simbólico y práctico de los medios cristianos en la formación de la identidad espiritual.

Como en toda investigación cualitativa, este estudio presenta ciertas limitaciones que deben ser consideradas al interpretar los hallazgos. En primer lugar como es característico en estudios de corte cualitativo, existe una posible subjetividad en la interpretación de los datos, aunque se hizo un esfuerzo por ser reflexivas y seguir un método coherente. Esta forma de interpretar es propia de este tipo de investigación, y se entiende como parte del proceso de construcción del conocimiento cuando se usa un enfoque que busca comprender el sentido de las experiencias.

En segundo lugar, la distancia geográfica entre las investigadoras dificultó la coordinación constante durante el proceso de recolección y análisis de datos. Aunque se emplearon herramientas digitales para mantener la comunicación, la falta

de interacción presencial pudo haber limitado el intercambio continuo de ideas y la toma conjunta de decisiones metodológicas.

7. Recomendaciones

Se propone fomentar el uso constante de los cortometrajes de Nuevo Tiempo Perú en espacios dedicados a la formación espiritual dentro de la iglesia, como la Escuela Sabática, los grupos pequeños y los ministerios juveniles. Estos materiales pueden ser útiles como recursos devocionales o pedagógicos, ya que promueven la reflexión y el compromiso con la fe.

También se recomienda continuar produciendo cortometrajes basados en testimonios reales que tengan un fuerte contenido emocional y espiritual. Las emociones jugaron un papel clave en el proceso de identificación de los espectadores, por lo que es importante seguir contando historias auténticas, cercanas y que transmitan un mensaje transformador.

Otro aspecto importante es fortalecer la difusión digital de estos contenidos para ampliar su alcance. Muchos participantes los usan como herramienta de misión personal, por lo que sería útil mejorar su distribución en redes sociales, plataformas de video y aplicaciones móviles. Esto puede incluir subtítulos, enlaces para compartir o versiones más cortas, adaptadas al entorno digital.

Asimismo, se sugiere capacitar a los miembros de iglesia en el uso evangelístico de los medios audiovisuales. Las iglesias podrían ofrecer talleres prácticos donde se enseñe cómo utilizar los cortometrajes como recurso de testimonio en distintos espacios, como el trabajo, la familia o los círculos sociales.

También sería importante realizar investigaciones similares en otras regiones o con públicos diferentes. Esta investigación se centró en un contexto peruano y adventista, por lo que sería útil ampliar el estudio a otros entornos o incluso a

personas que no pertenecen a una iglesia, para comprender cómo se da el impacto en distintos perfiles culturales y espirituales.

Por último, se sugiere incluir recursos de seguimiento en los cortometrajes. Esto podría ser a través de preguntas para reflexionar, invitaciones a participar en actividades espirituales o guías que ayuden a continuar el proceso iniciado por la emoción del video. Así se facilitaría un camino de crecimiento espiritual más sostenido en el tiempo.

Referencias

- Algranti, J. (2019). *Industria religiosa y entretenimiento en América Latina: El caso del cine evangélico y católico*. Revista Iberoamericana de Comunicación, 27(2), 123–140.29
- Barbero, M. (2008). *Comunicación y cultura en América Latina*. Anthropos.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage.
- Choquehuanca, R. B. (2020). *Influencia de los programas televisivos en el comportamiento de las niñas y niños de 5to grado en la institución educativa primaria N° 70035 Bellavista de la ciudad de Puno* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano de Puno]. Repositorio UNAP. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/14461/Choquehuanca_Mamani_Ronald_Baltazar.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine Publishing.
- Hasson, U., Landesman, O., Knappmeyer, B., Vallines, I., Rubin, N., & Heeger, D. (2008). Neurocinematics: The neuroscience of film. *Projections*, 2(1), 1–26. <https://doi.org/10.3167/proj.2008.020102>
- Marcos, M. (2023). *Audiovisual y transformación social: Una mirada desde la mediación educativa* [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca].
- Marroquín Abril, M., & Pérez Rivera, L. (2022). El impacto emocional del cine durante la pandemia: Una experiencia subjetiva. *Revista de Psicología y Cultura*, 15(3), 56–74.
- McLuhan, M., & Powers, B. R. (1989). *La aldea global*. En *Delito y Sociedad* (Vol. 3). <https://doi.org/10.14409/dys.v1i9/10.5775>

- Morales Romo, B. (2017). El cine como medio de comunicación social. Luces y sombras desde la perspectiva de género. *Fonseca, Journal of Communication*, 15(15), 27–42. <https://doi.org/10.14201/fjc2017152742>
- Muñoz, S. A. (Ed.). (2004). *La influencia de la nueva televisión en las emociones y en la educación de los niños* (Vol. 5, Número 2). Instituto de la Familia de Guatemala. <https://doi.org/10.33670/18181023.v5i02.28>
- Narváez Torregrosa, D. (2008). *El cine y el hecho religioso: Una aproximación educativa y cultural*. Ediciones CEF.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.